第一图书网, tushu007.com

<<商标权及其私益之扩张>>

图书基本信息

书名：<<商标权及其私益之扩张>>

13位ISBN编号：9787209032179

10位ISBN编号：7209032177

出版时间：2003-4-1

出版时间：山东人民出版社

作者：崔立红

页数：211

字数：160

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

商标权是知识产权传统三大制度之一，尽管有人认为，与专利权、版权相比，商标权对社会的贡献是无法望其项背的。
但事实并非如此，“从经济学的角度，或者也从‘人的角度’来看，商标与其他知识产权的形式相比，既不逊色，应该得到的保护也不能更少”。
原因是商标已成为资本和消费者经济中的原子核，它不仅能够让消费者寻找到让他们生活得更好的那些东西，而且还直接关系到生产、提供这些商品、服务的企业的生存和发展。
因此，商标所有人才会像“爱护眼睛一样呵护自己的商标”。
即使如此，商标权的研究领域也没有像专利权、版权领域那样“热闹”，因为很多人认为这一传统的权利制度比较“简单”，因而应该是“清楚”的了。
但是社会在发展，科技也在发展，商标权人及社会公众对商标权的要求也正在悄悄地发生变化，如利益的天平正在向商标权人的私益倾斜，社会公益则遭到忽视和冷落———商标构成要素的扩张、商标获权门槛的降低、商标权保护的加强、商标权限制的限制，这一切都在体现着商标权人的私人利益正在日益彰显。
尤其是随着互联网的出现，商标权的范围也随之延伸到虚拟的网络空间，一时间，商标权人成为“网上冲突”中的“常胜将军”，在某种程度上商标权成为社会公众行为的障碍。
因此，有必要在新的技术与经济环境下重新审视商标的功能、商标权人的行为自由范围，重新确定私益和公益在商标权中应占的“权重”。
作者自1994年开始攻读知识产权法，1997年获得知识产权硕士学位，2002年获得知识产权博士学位，具有坚实的理论基础和广博的知识。
所以，作者没有“形而上学”地讨论商标中利益选择的问题，而是采用人文社会科学哲学提供的方法论，将商标权作为“社会现象”进行认真的认知与评价工作，既解决了“是什么”的问题———商标权中的私益正在扩张，立法者、司法者和研究者应该对此引起足够的重视；同时又解决了“应该怎样”的总是问题———平衡商标权中的私益与公益。
概括地说，本文完成的是对商标权利益构成的真理性认知和合理性评价的过程。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com